



Pedro Antonio Morejón Ramos

Técnico Comercial y Economista del Estado

HASTA QUE EL PRECIO NOS SEPARE

Hace unas semanas, esta delegación del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) en Castilla La Mancha presentó el avance de las cifras oficiales de la Balanza Exterior de la región en 2006. Tradicionalmente el interés de la información se centraba en la vertiente exportadora como signo de la pujanza de nuestras empresas y de su capacidad de competir en los mercados internacionales. Sin embargo, este año, y dado el importante crecimiento de las importaciones (5.813 millones de euros en 2006), casi un 25% más respecto al año anterior, hemos considerado de interés abordar un análisis más en profundidad de los pros y los contras, los beneficios y los riesgos, que van implícitos en el concepto de «Importación», como uno de los elementos más determinantes del grado de apertura de nuestra economía hacia el exterior.

Castilla La Mancha tiene un ratio de «apertura comercial» de su economía en torno al 25%, es decir, que la suma de los bienes (no se incluyen los servicios) que exportamos y los que importamos representa el 25% de todo nuestro producto interior bruto regional, siendo el peso específico de nuestras importaciones el doble del de las exportaciones, aproximadamente. Para usted, querido lector, lo importante

que debe saber es que la entrada de bienes extranjeros, no sólo es que sea ya muy importante, sino que lo va a ser más en el futuro, dado que el grado de apertura de Castilla La Mancha es casi la mitad del de España.

Todo ello significa que gran parte de los productos importados que adquieren nuestras empresas o que vemos en nuestros comercios, entran por otras regiones para acabar en nuestros hogares. Además este hecho es casi irreversible, no sólo porque la Organización Mundial del Comercio (OMC) vela por ello, sino porque el propio consumidor demanda cada vez una mejor «relación calidad/precio» en los productos que adquiere.

Los consumidores no son un ente abstracto, somos usted o yo, y no tenemos que hacer un gran esfuerzo de imaginación para reconocer cuál es nuestro comportamiento cuando vemos un producto que nos interesa y que no está hecho en España. En primer lugar es que, generalmente no nos fijamos mucho en el «made in...», es más, sí lo hacemos es a veces para decantarnos por el producto de tecnología o diseño extranjero. El «chovinismo» en el mercado no suele abundar, y desde luego en España no. Así el flujo de bienes y servicios importados se desparrama en nuestra economía como una gran mancha de aceite, impregnando nuestra vida diaria, a veces sin darnos cuenta.

De manera simplificada dos son los efectos de la importación: por un lado la incorporación de nuevas tecnologías y equipos de producción que benefician la productividad y competitividad de nuestras empresas y que es siempre bienvenida, pero hay otra vertiente más peligrosa.

Cuando el consumidor quiere un bien importado está

«Gran parte de los productos importados que adquieren nuestras empresas o que vemos en nuestros comercios, entran por otras regiones para acabar en nuestros hogares»

«Cuando el consumidor adquiere un bien importado está incidiendo en varios hechos, todos de gran importancia económica. El primero es obvio: está rechazando un bien nacional alternativo»

incidiendo en varios hechos, todos de gran importancia económica. El primero es obvio: está rechazando un bien nacional alternativo —si elijo un queso italiano, el producido en España no se vende—. En segundo lugar cuando compro un mueble asiático estoy importando un poco de «mano de obra extranjera» que va «dentro del producto», junto con el capital y el diseño del país productor. Es decir, aparece lo que denominamos «movimientos inducidos de factores de producción», en especial una inmigración laboral «enmascarada»: no vemos la cara del trabajador que lo fabricó, pero, en el fondo, su trabajo está incorporado en el propio bien o servicio que hemos comprado.

En conclusión: el impacto que tienen estos dos hechos es el siguiente, por un lado un beneficio inmediato para los consumidores que se sintieron satisfechos con la relación calidad/ precio cuando compraron ese «par de zapatos de China» y un perjuicio a medio

o largo plazo para las empresas de zapatos nacionales que vieron reducida su cartera de pedidos, sufriendo los efectos de una globalización de la que inicialmente pensaban estar al margen.

Si seguimos diseccionando el hecho de la «importación» nos encontramos así con el verdadero gran desafío: la «competitividad de los productos nacionales no exportables», en otras palabras, la productividad de las empresas españolas que producen bienes solo para el mercado nacional, y para los que sí es posible encontrar bienes importados sustitutivos.

Un lector cuidadoso verá que el objetivo de este análisis ha abandonado el estudio de la competitividad de la empresa exportadora española para centrarlo en la empresa que no es capaz de exportar, —porque no puede o porque no quiere—, dado que el mercado no discrimina entre ambas.

Productores puede haber muchos, que sean capaces de exportar sus productos y competir en el exterior muchos menos, pero consumidores somos todos. Los grandes medios de presión comercial se dirigen hacia nosotros, los consumidores, en una batalla sangrienta por «repartirse el pastel del mercado».

El consumidor además no es fiel, tiene una memoria «frágil» —eso lo saben muy bien los expertos en «mercadotecnia»—, y no le interesan los mensajes publicitarios demasiado complejos. Su «idilio» con la empresa de calidad «de toda la vida», que no haga un esfuerzo constante en serlo y «parecerlo» es quebradizo y se rompe un buen día, ese día en que, aparentemente, el precio les separó, pero en el que hubo otros muchos y pequeños errores en esta «convivencia diaria de pareja» que puede acabar en «divorcio».

CONVOCATORIAS

PREMIO DE INVESTIGACIÓN

El Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha ha convocado la cuarta edición del Premio Anual de Investigación a Tesis Doctorales. Podrán participar en la convocatoria aquellas tesis presentadas para la colación del grado de doctor, leídas y calificadas, como mínimo como notable entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2006, por cualquiera de la Universidades con actividad docente en Castilla-La Mancha, que versen sobre materias de trascendencia económica, social y laboral para Castilla-La Mancha. El premio está dotado con 6.000 euros y diploma acreditativo y un accésit dotado con 3.000 euros y diploma acreditativo. Las tesis premiadas deberán ser originales, inéditas y estar redactadas en castellano. Tendrán una extensión mínima de 100 páginas en hoja tamaño DIN A-4, a doble espacio y tamaño de fuente 10 y podrán ser editadas por el CES, a cuyo efecto este órgano podrá solicitar la adaptación de la extensión de la tesis a la habitual de las publicaciones de este órgano. El plazo de documentación finalizará el 31 de julio de 2007 y se realizará en el Registro del Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha, sito en la Cuesta de Carlos V, 5, 45071 Toledo. El fallo del jurado se emitirá en el mes de noviembre y los trabajos pasarán a formar parte del fondo documental del CES.

PREMIO MEJORES QUESOS

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha convocado la cuarta edición del Premio «Mejores Quesos Españoles», con el objeto de contribuir a revalorizar los quesos españoles autóctonos de mayor calidad organoléptica y estimular a los productores a obtener y comercializar quesos de calidad, mejorando su imagen y posición en el mercado, así como de promocionar entre los consumidores el conocimiento y valoración de sus características sensoriales. En este premio que se convoca cada dos años, podrán participar los productores de quesos elaborados en establecimientos autorizados, dentro de las tres categorías siguientes: quesos autóctonos españoles, quesos de producción ecológica y otros quesos. Dentro de la primera categoría se diferencia entre quesos: frescos, de pasta blanda, de pasta prensada de oveja, de pasta prensada de vaca, de pasta prensada de cabra, de pasta prensada mezcla de oveja, vaca o cabra, y de pasta azul. El plazo de inscripción finaliza el 18 de abril. La relación de variedades de quesos autóctonos españoles se puede consultar en el anexo de la Orden donde se establecen las bases reguladoras del presente premio, publicadas en el Boletín Oficial del Estado del pasado 21 de febrero de 2007. La resolución con los quesos ganadores se deberá dictar antes del 30 de junio.

CONCURSO LA MANCHA

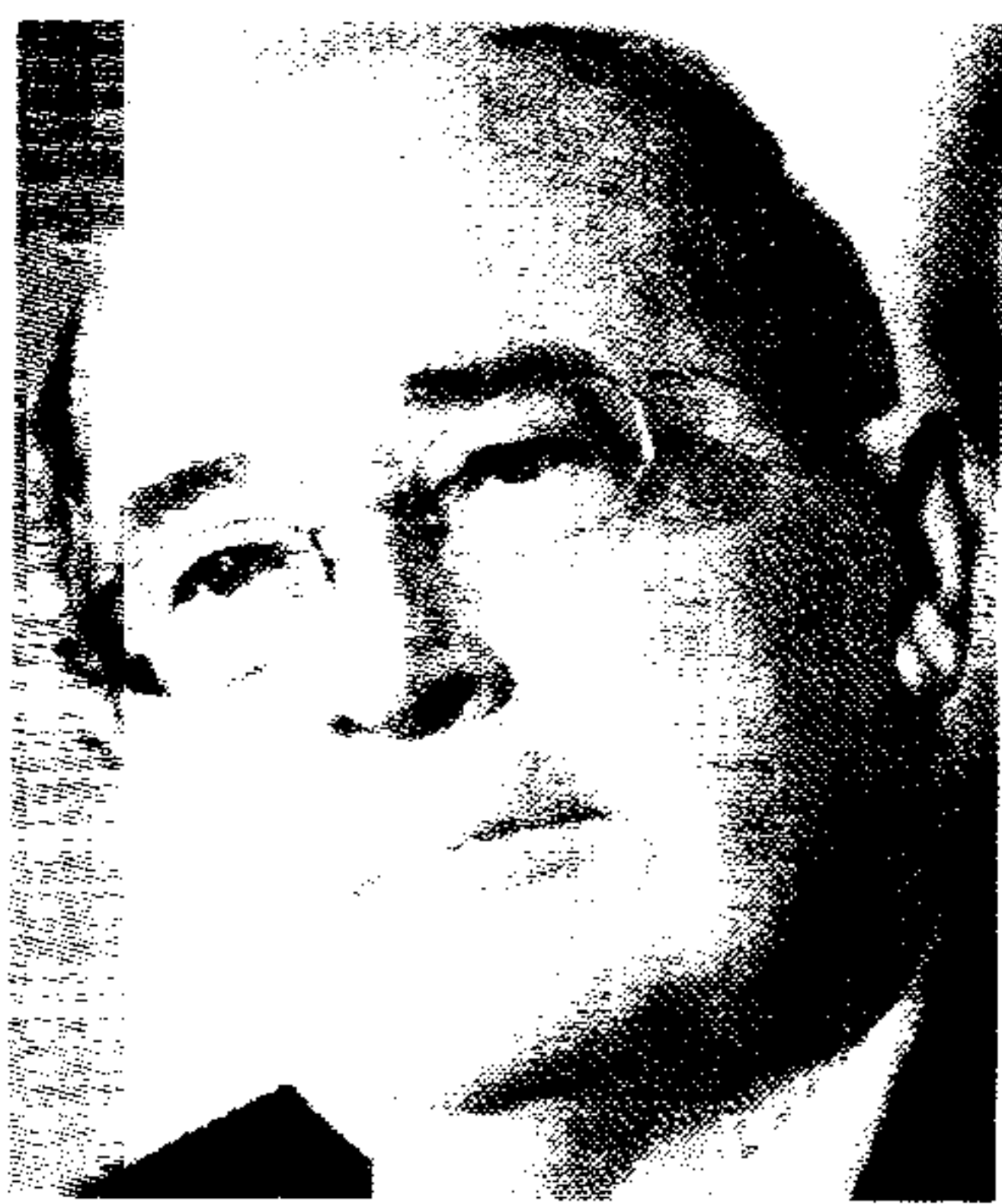
El Consejo Regulador de la D.O. La Mancha mantiene abiertos los concursos a la Calidad de los Vinos Nuevos y Embotellados, así como el de la Presentación de Vinos y el de Varietales. El Concurso a la Calidad de Vinos Nuevos está destinado a todas las bodegas elaboradoras acogidas a la D.O. El XX Concurso a la Calidad de Vinos Embotellados está abierto a los vinos Blancos, Rosados y Tintos: Jóvenes y Tradicionales, de Crianza, Reserva y Gran Reserva, y Espumosos. A la Presentación de Vinos con D.O. La Mancha podrán participar todas las plantas embotelladoras y marquisas inscritas en el Consejo Regulador.

NOMBRES PROPIOS

José María Cuevas

Presidente de CEOE

El actual presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales, José María Cuevas, ha aceptado recibir la Medalla de Honor de la Confederación de Empresarios de Castilla-La Mancha (Cecam), una distinción que fue aprobada por unanimidad por la Junta Directiva de la patronal en su última reunión, y que responde a su contribución al asociacionismo empresarial y por su dedicación a impulsar la figura del empresario. Se trata de la segunda Medalla de Honor de la Confederación que se entregue, ya que el pasado 6 de septiembre Su Alteza Real el Príncipe de Asturias, Don Felipe de



Borbón, recibió de manos de los integrantes de la Junta Directiva de Cecam durante una audiencia en la que fueron recibidos en el Palacio de la Zarzuela, la primera Medalla de Honor, para agradecer su apoyo a la organización.

Diego Peris

Arquitecto

Diego Peris Sánchez, arquitecto y director de la Oficina de Gestión de Infraestructuras de la UCLM, presentará en Fenavin 2007, que se celebrará del 7 al 10 de mayo en el Pabellón Ferial de Ciudad Real, su libro «Arquitectura y Cultura del Vino en Castilla-La Mancha», en el que se presenta una realidad de importancia excepcional que ha configurado una arquitectura y un paisaje en la región. Esa arquitectura industrial, y de alto valor patrimonial, será recorrida por el autor en Fenavin, en una presentación en la que, además de su parte descriptiva, se pretende inducir a la reflexión sobre la necesidad de cuidar el



espacio «bodega», por dentro y por fuera, como valor de imagen y de marca, así como valorar estas construcciones que, junto con el viñedo, definen la realidad paisajística, histórica y humana de Castilla-La Mancha.